

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Permasalahan

Indonesia sebagai negara berkembang saat ini dapat dikatakan cukup maju, ditandai dengan meningkatnya jumlah bank baru, meluasnya jaringan kantor dan meningkatnya pula volume usaha maupun jenis produk yang ditawarkan. Hal ini disebabkan oleh adanya kebijaksanaan pemerintah dalam deregulasi bidang keuangan, moneter dan perbankan, dengan mengeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988 (Pakto 88) sehingga persaingan antar bank, baik milik pemerintah maupun swasta nasional dengan bank-bank asing untuk menjaring konsumen begitu ketat.

Persaingan global menuntut setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*). Dalam menjalankan aktivitas bisnis dan kegiatan usahanya, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan dengan orientasi pelanggan atau *customer orientation*, menyangkut apa yang harus dipenuhi perusahaan terhadap pelanggannya. Dengan lebih memperhatikan aspek tersebut tentunya tujuan yang ingin dicapai perusahaan akan dapat terwujud.

Kotler (2002: 4) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapan. Kepuasan juga dapat diartikan sebagai suatu dorongan perasaan yang

membuat konsumen bertindak untuk melakukan pembelian yang bergantung pada relatif kerja produk terhadap konsumen.

Kepuasan konsumen dibentuk oleh adanya pelayanan, keamanan, kredibilitas, identitas visual yang menarik di benak konsumen. Hal ini seperti yang diungkapkan Lovelock (2003: 147) bahwa ada beberapa faktor yang menentukan kepuasan konsumen antara lain ialah kinerja, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersiapkan. Dari pengertian tersebut jelas bahwa kualitas pelayanan merupakan bagian dari faktor penentu kepuasan konsumen. Hasil penelitian Naik *et al.*, (2010) menunjukkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam membangun kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik mutlak diberikan oleh semua usaha jasa, tak terkecuali jasa perbankan. Dengan munculnya perusahaan pesaing yang baru akan mengakibatkan persaingan yang ketat dalam memperoleh konsumen maupun mempertahankan konsumen. Kepuasan akan memiliki nilai yang tinggi apabila kualitas pelayanan perusahaan perbankan mempunyai nilai yang tinggi begitu pula sebaliknya apabila kualitas pelayanan rendah maka kepuasan konsumen akan rendah. Hal ini berarti bahwa suatu perusahaan jasa pelayanan akan memiliki pelanggan yang banyak bila mereka selalu memaksimalkan kualitas pelayanannya dan selalu memenuhi harapan konsumen, tetapi hal tersebut akan berbeda apabila perusahaan jasa kurang memperhatikan konsumen maka pelanggan akan berpindah ke perusahaan jasa lain.

Bank BRI Unit Klego yang terletak di Kecamatan Klego, Kabupaten Boyolali, Provinsi Jawa Tengah sebagai salah satu lembaga jasa keuangan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah, dengan selalu menekankan pada pelayanan yang terbaik, ramah dan penuh simpati terhadap nasabah. Bank BRI telah memilih karyawan dengan kualitas akal maupun mental yang terbaik, serta selalu menanamkan sikap pelayanan dengan sebaik mungkin serta setulus hati, sesuai dengan slogan Bank BRI “*melayani dengan setulus hati*”. Namun kenyataannya, antara harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan yang diberikan kepada nasabah seringkali terjadi sebaliknya. Tidak sedikit nasabah yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang atau bahkan tidak memuaskan. Hal ini didukung oleh hasil data komplain nasabah Bank BRI Unit Klego yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan nasabah mayoritas lebih disebabkan oleh faktor pelayanan daripada faktor produknya.

Tabel.1.1. Data Komplain Nasabah selama satu bulan Februari 2014

No	Jenis Komplain	Minggu				Jml
		I	II	III	IV	
1	Pelayanan: Pelayanan yang lambat, petugas yang kurang ramah	11	6	8	5	30
2	Produk: Mesin ATM yang sering tidak berfungsi	10	5	3	8	26

Sumber: BRI Unit Klego

Kritikan dan keluhan tersebut yang dapat menimbulkan persepsi negatif nasabah. Apabila hal tersebut dibiarkan terus-menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Bukan menjadi hal yang tidak mungkin apabila nasabah beralih ke bank lain karena mereka merasa bank lain

lebih mampu memberikan pelayanan yang dapat memuaskan mereka. Hasil kajian yang dilakukan oleh Whireley menunjukkan bahwa sebagian besar (hampir 70%) pelanggan meninggalkan perusahaan tertentu karena keluhan terhadap kualitas pelayanan, bukan karena kualitas produknya.

Pada dekade sebelum Pakto 88 hubungan bank dengan konsumen belum begitu rumit bila dibandingkan dengan saat ini. Hal ini disebabkan pertama, pengetahuan konsumen mengenai perbankan belum sebaik sekarang. Kedua, produk-produk bank belum sebanyak saat ini. Jasa bank sendiri saat ini sudah seperti komoditas. Di mata konsumen, bank tidak berbeda dengan komoditas lain. Sebagai komoditas bank dipaksa bersaing melalui harga maupun produk-produknya.

Salah satu permasalahan yang timbul dalam proses pemasaran saat ini adalah persaingan dalam bidang pemasaran produk dimana akhir-akhir ini persaingan semakin ketat khususnya dalam rangka mendapatkan pangsa pasar yang tinggi. Hampir seluruh lembaga jasa keuangan akan melakukan langkah-langkah guna memenangkan persaingan dalam merebut pangsa pasar. Persaingan tersebut bertambah ketat dengan semakin kritisnya konsumen dalam memilih jasa lembaga keuangan yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian kemungkinan besar akan ditemui adanya situasi dimana bukan konsumen yang mencari jasa atau produk, tetapi justru terbalik keadaannya menjadi jasa atau produk yang mulai mencari konsumen.

Bank BRI selain berusaha memberikan pelayanan yang baik juga menawarkan produk-produk dengan berbagai kemudahan bagi nasabah, antara lain tabungan simpedes, dimana dengan uang seratus ribu rupiah nasabah sudah dapat memiliki rekening BRI, dengan disediakan fasilitas ATM dan biaya administrasi yang murah. Dari upaya-upaya inilah PT. Bank BRI berusaha mengukuhkan citra dan posisinya dalam menjaga eksistensinya dalam masyarakat dari persaingan dengan produk jasa lembaga keuangan yang lain di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk nasabah yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan dari setiap bank karena akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Hubungan yang selaras antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng *et al.*, 2010).

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa pelayanan dan kualitas produk, tidak selalu berdampak terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terjadi karena pelayanan yang tidak memuaskan terhadap konsumen menimbulkan citra yang negatif terhadap suatu bank dan menimbulkan rasa tidak puas atau kecewa pada konsumen, tetapi karena tidak adanya pilihan lain yang lebih baik dalam memilih bank hal ini menyebabkan atau menjadikan konsumen tetap menggunakan jasa bank tersebut, walaupun konsumen mencitrakan negatif terhadap bank dan muncul rasa tidak puas.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengkaji secara empirik dengan mengadakan penelitian berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan dengan Kepuasan sebagai Pemediasi (Studi pada Bank BRI Unit Klego, Cabang Boyolali, Jawa Tengah)”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan tahapan penelitian yang mempunyai kedudukan penting di dalam aktivitas penelitian karena menjadi landasan dari penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Klego dalam menggunakan jasa perbankan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Klego dalam menggunakan jasa perbankan?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh sebagai mediator antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan loyalitas nasabah Bank BRI Unit Klego dalam menggunakan jasa perbankan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang ditetapkan dan jawabannya terletak pada kesimpulan penelitian. Berdasarkan

uraian latar belakang dan perumusan masalah di depan, tujuan penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Klego dalam menggunakan jasa perbankan.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Klego dalam menggunakan jasa perbankan.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan sebagai mediator antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan loyalitas nasabah Bank BRI Unit Klego dalam menggunakan jasa perbankan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dapat diklasifikasikan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis artinya hasil penelitian bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan obyek penelitian. Manfaat praktis bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukannya serta seseorang untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

##### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana keilmuan dan memberikan masukan ataupun sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen perusahaan dan perilaku konsumen.

## 2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai bahan kajian dan rujukan untuk penelitian yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

## E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Naik *et al.*, (2010), Jahanshahi, *et al.*, (2011), Mosahab, *et al.*, (2010), Abdullah and Rozario (2009), Yuen and Chan (2010), Senthilkumar (2012) yang telah membuktikan dan menganalisis adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai mediator.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain:

1. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan salah satu variabel bebas saja yaitu kualitas pelayanan (Mosahab, *et al.*, 2010; Naik *et al.*, 2010).
2. Objek penelitian ini lebih menekankan pada nasabah lembaga keuangan yaitu PT. Bank BRI Unit Klego.